

URBI ET ORBI: УЧЕБНИК ДЛЯ ЦЕРКВИ

Почти тридцать лет¹ Российский православный университет святого Иоанна Богослова занимается подготовкой специалистов для Церкви и религиозных организаций в сфере журналистики, связей с общественностью и медиакоммуникации. Уникальность подхода заключается в том, чтобы соединить в учебной программе научно-теоретические знания светской науки с освоением профессиональных компетенций, навыков и умений, необходимых человеку, работающему в церковных структурах.

На протяжении всех этих лет профессорско-преподавательскому составу приходилось с нуля создавать методики, готовить учебную литературу, искать материалы для семинаров и лекций, поскольку никаких исследований по теме религиозной журналистики, выстраиванию взаимоотношений между церковным и светским сообществами, организации работы религиозных средств массовой коммуникации не было.

Эта фундаментальная работа осложнялась тем, что скорость изменяющейся действительности влияет на все процессы человеческого существования, и с каждым годом все повышается. Однако в рамках постоянного реформирования системы высшего образования сохранение качества обучения и необходимость следовать стремительно развивающимся требованиям общества находятся в бесконечно противоречивом равновесии.

¹ Имеется в виду организация учебного процесса по аккредитованным в соответствии с федеральным государственным стандартом образования программам. Факультет церковной журналистики впервые был открыт в этом вузе в 1998 году, – прим.ред.

Процессы конвергенции, или сближения, или интеграции, охватывают области журналистики все больше и больше. Широко употребляемый термин «конвергентная журналистика» перестал быть оценочным, и трактуется как сближение не просто технологических процессов: информационных и коммуникативных, – но и как сращивание контента, содержательных составляющих. Изменение технологических парадигм существования средств массовой информации от бумажного и телевизионного через уже пройденные интернет-СМИ, мобильные СМИ к многоканальным, виртуальным (AR/VR СМИ) предъявляет новые требования к концептуальному пониманию профессии.

С появлением интернет-СМИ мы готовили все тех же традиционных журналистов, но пытались учитывать новые требования виртуальной реальности; интернет-пространство требует журналиста-универсала: не просто автора текста, но и умелого «упаковщика» или SMM-специалиста; сегодня нам необходимо обучить и выпустить медиаменеджера и продюсера многоканальных СМИ.

В погоне за ускользящей реальностью мы внедряем новые курсы: учим писать лонгриды и использовать визуализацию, учитывать метрики и менять стиль с «сайтового» на «мобильный», а также пробуем успеть за технологическими новинками в области дизайна. Наука и образование катастрофически не успевают за прогрессом, в то время как технологии развиваются так активно, что специалисты не могут даже предсказать, что нас ожидает в области коммуникативных стратегий после 2025 года, а в профессиональных стандартах мы все еще ориентируемся на специалиста по производству печатных СМИ.

Для Церкви и других религиозных институтов вопросы актуализации проповеди, поиск новых подходов к знакомству широкой общественности со своим учением и ценностями актуален как никогда. Современное общество не прощает дилетантизм, оно чересчур педантично в таких вопросах, как подача информации, а с учетом того, что кана-

лов коммуникации сегодня множество, то и инструментов продвижения становится все больше.

Появление учебника «Церковь и медиа» – насущная необходимость. Многие годы его ждали в профессиональных кругах: несмотря на быстротечность времени и обновляемость технологии, церковным медиаспециалистам важно обладать базовыми знаниями по своей специализации. Крайне важен подход и методы, использующиеся при подготовке учебника. Он делался для Церкви, и потому в нем нет примеров из светской прессы, а предлагаемые методы и форматы работы в течение десятилетий апробированы церковными структурами на общецерковном, епархиальном и приходском уровнях.

Данное издание структурирует имеющиеся сегодня рекомендации, позволяющие организовать работу пресс-службы епархии, редакции официального сайта епархии, освещение деятельности архиерея и епархии в социальных сетях и мессенджерах, наладить диалог с журналистами и блогерами, вести аудиомиссию на радио и готовить материалы для церковных телеканалов.

**Анна Альбертовна Воронцова-Маралина,
кандидат филологических наук, доцент,
проректор по учебно-методической работе
Российского православного университета
святого Иоанна Богослова**